Un film hors norme pour la maison Cartier qui nous offre l'odyssée de cette panthère à travers quelques continents, la France, la Russie, l'Inde, la Chine. Ceux qui ont inspiré la marque dans ses créations les plus emblématiques et les plus tendances.
Cartier devient maître dans l'art du storytelling. Il raconte 165 années de création, ses plus belles références, celles créées pour les grands de ce monde (la Duchesse de Windsor), comme celles plus présentes dans quelques unes de nos familles: la bague Trinity, le bracelet Love. *"Nous créons des objets symboliques, liés à des moments de vie. Nous utilisons les matériaux les plus précieux que la terre puisse offrir.... Avec ce film nous voulions réaffirmer l'identité de Cartier."* précise **Corinne Delattre**, directrice de la communication de Cartier International.
Pour cette odyssée, Cartier joue une partition millimétrée, avec une bande son travaillée sur l'émotion, composée par Pierre Adenot. Avec l'agence Marcel, le joaillier a confié la réalisation du film de 3,30 minutes à Bruno Aveillan. *"Bruno Aveillan, c'est un félin, un artisan qui a la capacité de traduire la puissance de la marque et ses détails pour un résultat onirique, léger, sensible"* ajoute **Corinne Delattre**. La marque a choisi comme interprète principale de cette fresque, la panthère. Trois panthères plus exactement qui ont parcouru plusieurs continents, foulé la neige pour ces 6 mois de tournage. Le félin est le symbole de la maison Cartier, imaginé par Jeanne Toussaint, la directrice artistique dans les années 40, surnommée "la panthère", cette création a bouleversé les codes du monde de la joaillerie. Le félin incarne la maison mais aussi la femme, celle qui apparaît à la fin de ce voyage interprétée par la toute aussi majestueuse Shalom Harlow.

Pour film majestueux, conférence de presse tout aussi majestueuse. Cartier a présenté son opus dans un lieu des plus symbolique, le Mini Palais, offrant la possibilité de découvrir quelques pièces magistrales de sa collection. Cartier a simultanément lancé ce film dans 15 pays dans le monde et décidé de le montrer au plus grand nombre. Avec une première diffusion sur sa page Facebook, le 2 mars, la marque gâte ses 430 000 fans. "L'Odyssée de Cartier" a été diffusé en France hier soir sur TF1 puis Canal+ mais également sur les télévisions des 15 autres pays. L'épopée est également visible sur YouTube et dans les cinémas. Selon un communiqué de TF1, 8 millions de téléspectateurs auraient suivis hier soir L'Odyssée de Cartier (source Mediametrie)